

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

oleh

Nurjanah

Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi UNISMA Bekasi

Jurica Lucyanda

Dosen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie Jakarta

Abstract

The objective of this study was to analyze the influence of corporate characteristics (size, profitability, leverage and age of firm) on corporate social responsibility disclosure. This research is an empirical study using logistic regression analysis. The sample used in this study was the secondary data from Indonesian Stock Exchange, for year 2007-2008. The sample was taken using purposive sampling method and those which meeting the selection criteria. The sample used was 36 annual reports. Hypothesis testing by logistic regression analysis showed that all corporate characteristics such as size, profitability, leverage and age of firm had no significant influence on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: *size, profitability, leverage, age of firm, corporate social responsibility disclosure.*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan dari laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi (Ikatan Akuntan Indonesia, 2007). Informasi di luar pengungkapan informasi lainnya yang menunjang keputusan yang tercantum pada Standar Akuntansi Keuangan diperkuat dengan penjelasan dari Ikatan Akuntansi Indonesia (2007) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan no.1-1 September 2007 (revisi 1998), yakni perusahaan dapat pula menyediakan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan keuangan dan pengungkapan informasi kepada publik adalah salah satu sumber informasi utama yang digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya. Sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Perusahaan bertanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumsi, masyarakat, dan lingkungan (Ronalde, 2006).

Menurut Marbun (2000) dalam Sueb (2001), apabila perusahaan tidak memperhatikan faktor yang mengelilinginya, mulai dari karyawan, konsumen, lingkungan dan sumber daya alam sebagai satu kesatuan yang saling mendukung suatu sistem, maka akan mengakhiri eksistensi perusahaan itu sendiri. Kerusakan dan gangguan yang timbul dari faktor eksternal tersebut akan mengganggu bahkan akan menghentikan operasi perusahaan. Citra perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat apabila dapat

menunjukkan tanggung jawab dan kepeduliannya terhadap lingkungan eksternal, misalnya adanya alokasi dana untuk program pengolahan limbah, pendidikan dan pelatihan pensiun serta tunjangan lainnya.

Berbagai penelitian yang terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan adanya keanekaragaman hasil. Penelitian yang dilakukan oleh Sulastini (2007); Anindita (2008); dan Untari (2010), menunjukkan adanya pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sementara penelitian Anggraini (2006); Rosmasita (2007); Nurkhin (2009), tidak menemukan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas juga terjadi ketidakkonsistenan hasil. Nurkhin (2009) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, namun hasil yang berlawanan ditemukan oleh Anggraini (2006), Sulastini (2007), Rosmasita (2007), Anindita (2008), yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut.

Dalam hubungan antara *financial leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terjadi ambiguitas hasil penelitian. Anindita (2008) menemukan bahwa *financial leverage* pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Rosmasita (2007) dan Anggraini (2006) tidak menemukan adanya pengaruh *financial leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Keaneka ragaman dari hasil penelitian yang diperoleh dikarenakan banyaknya variabel karakteristik perusahaan yang digunakan secara berbeda-beda oleh peneliti sebelumnya dalam penelitian mereka. Penggunaan variabel karakteristik perusahaan yang berbeda-beda pada setiap penelitian diduga menyebabkan hasil yang bervariasi antara penelitian yang satu dengan yang lain. Berdasarkan adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *financial leverage* dan umur perusahaan. Karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini merupakan karakteristik umum dari perusahaan.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas maka penelitian ini bertujuan menguji secara empiris apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, *financial leverage* dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan (Lang & Lundholm, 1993 dalam Rosmasita, 2007). Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda satu entitas dengan entitas lainnya. Karakteristik perusahaan merupakan perhatian penting dalam penelitian karena dapat dijadikan titik tolak pemikiran bahwa sejauh mana pengungkapan sukarela perusahaan dapat dilaksanakan. Dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang di digunakan sebagai variabel adalah ukuran perusahaan, *financial leverage*, profitabilitas dan umur perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya perusahaan yang dapat dinilai berdasarkan volatilitas aktivitas perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai aspek. Ukuran perusahaan tampak penting bagi berbagai fenomena ekonomi (Kumar *et al*, 1999). Variabel ini sering digunakan sebagai variabel independen dalam menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Financial leverage merupakan penggunaan berbagai instrumen keuangan atau dana yang dipinjam, seperti *margin*, untuk meningkatkan potensi pengembalian dari suatu investasi. Menurut Belkaid dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005), keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti *outflow* tertentu untuk pengungkapan yang akan menurunkan pendapatan perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan suatu keuntungan yang nantinya akan menyokong pertumbuhan jangka panjang maupun jangka pendek. Profitabilitas merupakan suatu faktor yang membuat pihak manajemen bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya kepada para pemegang saham (Heinze, 1976 dan Hackston dan Milne, 1996 dalam Anggraini, 2006).

Umur perusahaan merupakan lamanya suatu perusahaan berdiri. Lamanya suatu perusahaan tentu juga dapat menjadi suatu bahan pengamatan dalam melihat aktivitas perusahaan. Untari (2010) menyatakan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan eksternal perusahaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka penjagaan lingkungan, norma masyarakat, partisipasi pembangunan, serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya (Sule dan Saefullah, 2005). Tanggung jawab sosial perusahaan timbul sebagai respon atau tindakan proaktif yang dilakukan oleh perusahaan terhadap harapan masyarakat atas pelaksanaan kegiatan yang dilakukan. Menurut Murni (2007), tanggung jawab sosial mempunyai arti bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakannya yang mempengaruhi masyarakat, lingkungan dan komunitasnya. Tanggung jawab sosial tidak hanya meliputi tanggung jawab terhadap dirinya sendiri dengan melindungi kepentingan-kepentingan sendiri, tetapi juga bertanggung jawab terhadap masyarakat atas akibat yang ditimbulkan dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan. Tanggung jawab sosial dapat dimaknai sebagai komitmen dalam menjalankan bisnis dengan memperhatikan aspek sosial, norma-norma dan etika yang berlaku, bukan saja pada lingkungan sekitar, tapi juga dalam lingkup internal dan eksternal yang lebih luas.

Pengungkapan sosial perusahaan sebagai tanggung jawab perusahaan yang sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang bersifat sukarela. Karenanya perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggara pasar modal. Sule dan Saefullah (2005) menjelaskan bahwa terdapat beberapa manfaat apabila perusahaan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosialnya, yaitu: (a) manfaat bagi perusahaan, citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah; (b) manfaat bagi masyarakat, kepentingan masyarakat yang terakomodasi dan hubungan antar perusahaan dan masyarakat menjadi lebih erat; dan (c) manfaat bagi pemerintah, membantu pemerintah dalam menjalankan misi sosial dalam hal tanggung jawab sosial.

Menurut Gray *et al.* (1987) dalam Sembiring (2005), ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan alternatif kedua adalah dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.3 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari perusahaan kecil (Heckston & Milne, 1996). Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disoroti oleh pasar maupun publik secara umum, dengan mengungkapkan lebih banyak informasi perusahaan dapat mewujudkan akuntabilitas publik. Perusahaan besar juga memiliki sumber daya yang besar, dan dengan sumber daya tersebut perusahaan perlu dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan

internal maupun eksternal perusahaan. Sebaliknya, untuk perusahaan kecil yang memiliki sumber daya yang terbatas mungkin tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga diperlukan biaya yang cukup besar untuk melakukan pengungkapan lebih lengkap.

Menurut Yuniarti (2000) dalam Sulastini (2007) perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas, hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal. Cowen *et al.* (1987) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan.

Akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan pengaruh kedua variabel ini ditemukan oleh Anggraini (2006), Rosmasita (2007), dan Nurkhin (2009). Sedangkan penelitian yang berhasil menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara lain adalah penelitian Sembiring (2005), Sulastini (2007), Anindita (2008), dan Untari (2010). Karena ketidakkonsistenan hasil, maka hipotesis yang diajukan:

H₁: Ukuran perusahaan memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4 Profitabilitas dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Secara umum suatu perusahaan itu bertujuan untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Terutama perusahaan yang *go public* yang keuntungannya digunakan untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham. Secara umum definisi *profitability* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya sehari-hari. Menurut Kokobu *et al.* (2001) dalam Sembiring (2003) terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Profitabilitas yang tinggi mengindikasikan bahwa manajemen akan sesegera mungkin melaporkan kinerjanya. Sebaliknya profitabilitas yang rendah akan menyebabkan manajemen menunda pelaporannya, walaupun penundaan pelaporan mungkin akan berdampak kurang baik bagi perusahaan.

Hubungan antara pengukuran tanggung jawab sosial dan profitabilitas perusahaan telah didalilkan untuk merefleksikan pandangan bahwa respon sosial membutuhkan *managerial style* yang sama seperti halnya untuk membuat perusahaan yang menguntungkan (Bowman & Haire, 1994 dalam Yuningsih, 2004). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dianggap merefleksikan pendekatan manajemen untuk terlibat dalam lingkungan yang dinamik dan multidimensial serta kemampuan untuk memenuhi tekanan sosial dan respon terhadap kebutuhan sosial seperti halnya keahlian manajemen dianggap penting untuk bertahan di lingkungan bisnis sekarang. Keuntungan besar yang dihasilkan oleh suatu perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut telah berhasil mencapai tujuan yang menjadi sasarannya, salah satu cara untuk menilai efektifitas perusahaan adalah berkaitan dengan hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilaksanakan oleh perusahaan selama periode berjalan.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Penelitian Nurdin (2009); Rahman dan Widyasari (2008); Yuniasih dan Wirakusuma (2009); Untari (2010) menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan penelitian sebelumnya maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: Profitabilitas perusahaan memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.5 Financial Leverage dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Teori keagenan memprediksikan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (James dan Meckling 1976, dalam Anggraini 2006). Tambahan informasi diperlukan untuk

menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981, dalam Anggraini 2006). Anindita (2008) berhasil menemukan hubungan positif dari kedua variabel ini, namun berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosmasita (2007) dan Anggraini (2007) yang tidak menemukan hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Watt dan Zimmerman (1990) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar pinjaman utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang. Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan:

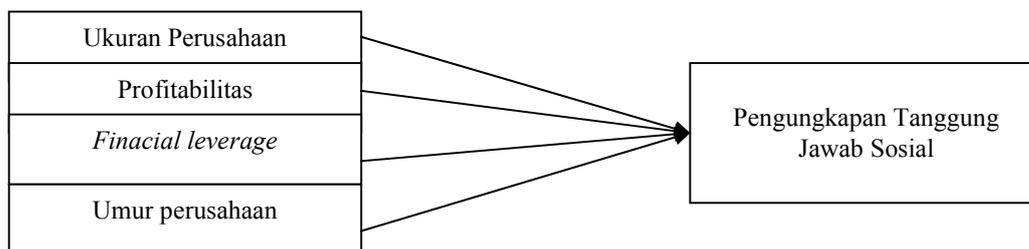
H₃: *Finacial leverage* memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.6 Umur Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Umur perusahaan sebagai bagian dari karakteristik perusahaan merupakan potensial determinan dari praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara umum, perusahaan yang telah lama melakukan usaha cenderung akan mengungkapkan informasi sosial perusahaan lebih banyak dari pada perusahaan yang baru beroperasi (Anindita, 2008). Berdasarkan penelitian sebelumnya, hipotesis yang diajukan adalah:

H₄: Umur perusahaan memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.7 Model Penelitian



Gambar 1: Model Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
Sumber: olahan sesuai dengan hipotesis yang diajukan

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang tercatat (*go public*) di Bursa Efek Indonesia sebagaimana tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory* tahun 2007 dan 2008. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu sampel untuk tujuan tertentu. Kriteria sampel yang digunakan adalah: (1) perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2008 yang menerbitkan *annual report* dan laporan pertanggungjawaban sosial (*Corporate Social Responsibility/CSR*) secara berturut-turut, (2) perusahaan mempunyai laporan keuangan yang berakhir 31 Desember dan menggunakan rupiah sebagai mata uang pelaporan, dan (3) perusahaan memiliki data yang diperlukan secara lengkap. Berdasarkan kriteria diatas diperoleh sebanyak 18 perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial dengan total sampel 36 perusahaan (*balance panel data*).

3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Zhegal dan Ahmed (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan mencakup 5 kategori, yaitu: (a) lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan; (b) energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dan lain-lain; (c) praktek bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggungjawab sosial; (d) sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni; dan produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dan lain-lain. Pengukuran variabel ini dengan mengukur pengungkapan sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan melihat ada tidaknya suatu item yang dilaporkan berdasarkan kategori dalam laporan tahunan, apabila item informasi yang diungkapkan sebanyak ≤ 2 dari kategori di atas (tidak lengkap) maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang diungkapkan ≥ 3 dari kategori item (lengkap) maka diberi skor 1.

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik utama bagi suatu perusahaan. Biasanya ukuran perusahaan diukur berdasarkan besarnya total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Pada penelitian ini ukuran perusahaan dilihat dari nilai total asset perusahaan. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar nilai total asset perusahaan maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan.

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu: *return of equity*, *return on assets*, *earning per share*, *net profit* dan *operating ratio*. Variable profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Stoner & Sirait, 1994 dalam Sulastini, 2007). Rasio ini merupakan rasio terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. Return on asset merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuangan dengan aktiva yang dimilikinya. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Financial leverage merupakan proses pendanaan untuk mengembangkan usaha dengan biaya bunga tertentu. *Financial leverage* dapat dikatakan sukses jika perusahaan memperoleh pendapatan lebih dari beban bunga untuk penggunaan dana pinjaman tersebut. *Financial leverage* adalah tingkat penilaian resiko atau kesempatan dari sudut pandang investor. Jadi semakin tinggi nilai financial leverage maka semakin tinggi faktor pengalinya dimana jika berhasil maka keuntungan yang diperoleh akan semakin besar sedangkan jika gagal maka kerugian yang besarpun akan diperoleh.

Umur perusahaan yaitu umur perusahaan sejak dari berdirinya perusahaan sampai dengan tahun data penelitian.

3.3 Metode Analisis Data

Uji Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik (*logistic regression analysis*). Persamaan yang diajukan adalah:

$$\text{Loge} \left(\frac{\pi}{1 - \pi} \right) = a + b_1 \text{SIZE} + b_2 \text{PROF} + b_3 \text{LEV} + b_4 \text{AGE}$$

PEMBAHASAN

4.1 Uji Hipotesis

Tabel 1
Uji Regresi Logistik

| Variabel | B | SE | Wald | df | Sig. | Exp.(B) |
|----------------|--------|-------|-------|----|-------|---------|
| Size_t | 1.955 | 4.158 | 0.221 | 1 | 0.638 | 7.064 |
| Profitabilitas | 0.127 | 0.193 | 0.432 | 1 | 0.511 | 1.135 |
| Leverage | 0.150 | 0.030 | 0.241 | 1 | 0.623 | 1.015 |
| Umur | 0.140 | 0.257 | 0.003 | 1 | 0.957 | 1.014 |
| Constanta | -0.980 | 5.551 | 0.032 | 1 | 0.859 | 0.375 |

-2 Log likelihood: 48.244
Cox & Snell R Square: 0.033
Nagelkerke R Square: 0.045

Sumber: data diolah

Dari hasil pengolahan data diketahui nilai Nagelkerke R square adalah 4,5%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *financial leverage* dan umur perusahaan terhadap variabel dependen yaitu tanggungjawab sosial sebesar 4,5%. Atau variasi variabel yang digunakan dalam model, mampu menjelaskan sebesar 4,5% variabel independen. Dari hasil table 1 diatas maka dapat disusun suatu persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$\text{Log}_e \left(\frac{\pi}{1 - \pi} \right) = -0.980 + 1.955 \text{ SIZE} + 0.127 \text{ PROF} + 0.150 \text{ LEV} + 0.140 \text{ AGE}$$

Hasil pengujian hipotesis satu menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,638, nilai ini diatas nilai probabilitas 0,05 sehingga H_1 ditolak. Artinya, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggaraini (2008); Rosmita (2007); dan Nurkin (2009). Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulastini (2007), Anindita (2008) yang menemukan adanya pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan

Hasil pengujian hipotesis dua menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,511, nilai ini diatas nilai probabilitas 0,05 sehingga H_2 ditolak. Artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006); Rosmasita (2007); Sulatini (2007); dan Anindita (2008). Namun tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2009) yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil pengujian hipotesis tiga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,623n nilai ini diatas nilai probabilitas 0,05 sehingga H_3 ditolak. Artinya *financial leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007). Tetapi berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Anindita (2008) yang menemukan pengaruh signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis empat menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,859, nilai ini diatas nilai probabilitas 0,05 sehingga H_4 ditolak. Artinya umur tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Anindita (2008) yang menemukan umur perusahaan tidak mampu mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara signifikan.

Dari hasil pengujian empat hipotesis yang diajukan tidak ada satupun hipotesis yang diterima, hal ini disebabkan pada tahun 2007 dan 2008 terjadi krisis yang menyebabkan keuangan perusahaan tidak stabil dan berpengaruh pula pada pelaporan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang menyebabkan laporan tersebut menjadi tidak maksimal. Pelaporan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang tidak maksimal

tersebut dibuktikan dengan masih terdapat perusahaan yang hanya melaporkan beberapa poin dari kriteria pelaporan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang diteliti. Selain itu penelitian ini terbatas hanya menggunakan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia, maka terdapat kemungkinan bahwa informasi yang diperoleh kurang mencerminkan kondisi yang sebenarnya mengenai pelaksanaan transparansi perusahaan dalam memberikan pengungkapan sukarela pada laporan tahunan.

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik simpulan: (1) ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (2) profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (3) *financial leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; dan (4) umur perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah: (a) menambah baik sampel dengan menambah tahun pengamatan penelitian, karena dalam dua tahun penelitian yang diteliti masih terdapat perusahaan yang hanya mengungkapkan beberapa kategori *Corporate Social Responsibility (CSR)*; (b) menambah variasi variabel penelitian lain, tidak hanya terbatas pada ukuran perusahaan, profitabilitas, *financial leverage* dan umur; dan (3) melakukan analisis konten atas item-item tanggung jawab sosial yang dilaporakan oleh perusahaan atau menggunakan *check list*.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan diantaranya: (a) jumlah sampel yang diperoleh relatif sedikit dan jumlah tahun penelitian yang hanya dua tahun; dan (b) pengungkapan tanggung jawab sosial hanya menggunakan dikotomis (*dummy variable*) bagi perusahaan yang mengungkapkan secara lengkap dan yang tidak mengungkapkan secara lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. R. (2006). *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*. Laporan Penelitian, Simposium Nasional Akuntansi 9. Padang.
- Anindita. (2008). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Publik*. Skripsi. Universitas Trisakti. Jakarta.
- Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E, Tatham, R. L, & Black, W. C. (1992). *Multivariate Data Analysis with Reading*. Indianapolis, IN: Macmillan Publishing Company.
- Heckson, D. & Milne, J. M. (1996). Some determinant of environment and Social Disclosure in New Zeland Companies. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. Vol 9, no.1.
- Ikatan Akuntans Indonesia. (2007). *Standar Akuntansi Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kumar, K. B. *et al.* (1999). What Determines Firm Size? *NBER Working Paper No. 7208*. Diperoleh pada tanggal 28 Mei 2011 dari <http://www.nber.org/papers/w7208>

- Murni, S. (2007). Akuntansi Sosial: Suatu Tinjauan Mengenai Pengakuan, Pengukuran dan Pelaporan Externalities dalam Laporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*. Vol 2, no.1.
- Nurkhin, A. (2009). *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang tercatat di bursa efek Indonesia)*. Thesis. Universitas Diponegoro.
- Ronalde, R. R. (2006). *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta*. Universitas Trisakti Jakarta. Skripsi.
- Rosmasita, H. (2007). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. Skripsi.
- Sembiring, E. R. (2003). *Kinerja Keuangan Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Seminar Akuntansi VI Surabaya. 16-17 Oktober 2003.
- Sembiring, E. R. (2005). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi 8, Solo.
- Sueb, M. (2001). *Pengaruh Biaya Sosial Terhadap Kinerja Sosial dan Keuangan Perusahaan Terbuka di Indonesia*. Laporan Penelitian, Simposium Nasional Akuntansi IV. Bandung.
- Sulastini, S. (2007). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure Perusahaan Manufaktur Yang Telah Go Publik*. Universitas Negeri Semarang. Skripsi.
- Sule, E. T dan Sefullah, K. (2005). *Pengantar Manajemen (edisi pertama)*. Kencana. Jakarta.
- Untari, L. (2010). *Effect on Company Characteristics Corporate Social Responsibilities Disclosures in Corporate Annual Report of Consumption Listed in Indonesia Stock Exchange*. Universitas Gunadarma: Skripsi.
- Yuniasih, N. W., dan Wirakusuma, M. G. (2009). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi. *AUDI: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. Volume 1, Januari 2009.
- Yuningsih. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Publik. *Balance*. Vol 11, no.2.